



Baromètre 2015 de l'offre de livres numériques en France

Septembre 2015
2^{ème} édition



Edito



Cette année, nous avons pu élaborer ce deuxième baromètre en nous appuyant sur un panel de répondants plus important, témoignant ainsi de l'intérêt des éditeurs pour les résultats de cette étude. Ces données sont d'ailleurs parfois bien différentes de ce que le premier baromètre augurait.

Ainsi, le développement de l'offre de livres numériques en France semble avoir freiné sa cadence. Les éditeurs en sont conscients et ceux qui ne se sont pas encore lancés préfèrent souvent attendre.

Néanmoins, ceux qui disposent déjà d'une offre numérique semblent convaincus de l'intérêt de la développer et d'accélérer ainsi leurs ventes.

Nous vous laissons découvrir par vous-mêmes toutes les réponses de ce baromètre et espérons que celui-ci vous donnera des informations précieuses pour le développement de votre propre offre numérique.

Merci pour votre fidélité et bonne lecture.

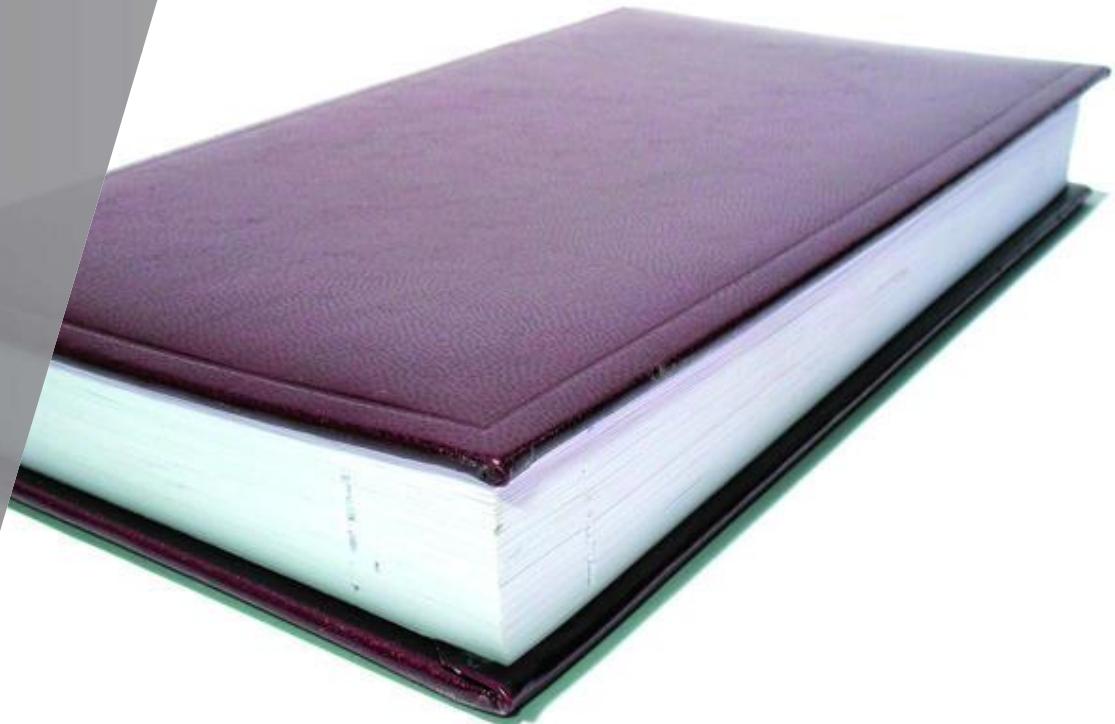
Joëlle Tubiana

Associée

Sommaire



1. Note méthodologique et panel





Ce baromètre a été élaboré grâce à une enquête menée de février à mai 2015.

Un questionnaire en ligne a été envoyé à 143 maisons d'édition réparties sur tout le territoire français. L'analyse a été réalisée sur la base de 82 questionnaires remplis par 75 éditeurs indépendants et 7 groupes, de toutes tailles et de tous secteurs éditoriaux (le secteur éditorial retenu étant le secteur prépondérant déclaré par l'éditeur).

Nous avons appliqué des coefficients de redressement par secteur éditorial⁽¹⁾.

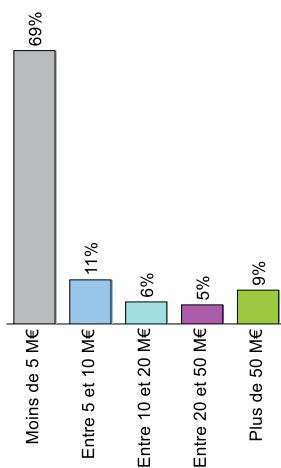
A noter des changements dans les classements par secteur éditorial⁽¹⁾ : conformément aux souhaits des éditeurs, nous avons scindé le secteur « Tourisme, guides, pratiques » en « Tourisme, guides » d'un côté et « Pratiques » de l'autre. Nous avons aussi ajouté le secteur Juridique.

De ce fait, les comparaisons avec 2014 par secteur éditorial resteront limitées cette année.

Enfin, nous avons appliqué des coefficients de redressement par secteur éditorial⁽²⁾.

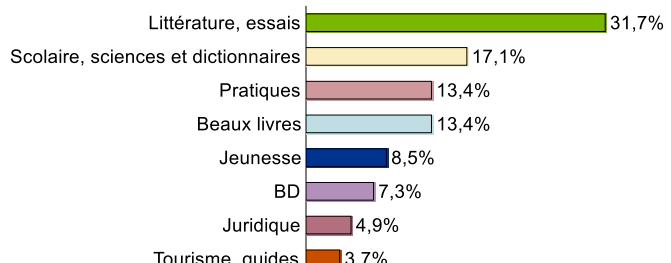
L'enquête sera conduite une fois par an afin de suivre l'évolution des enjeux des éditeurs.

Répartition par niveau de CA

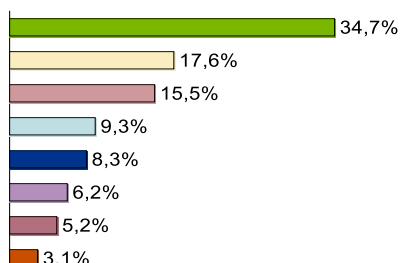


Répartition par secteur éditorial

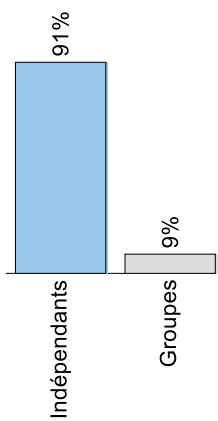
Avant redressement



Après redressement



Répartition par groupes / indépendants



(1) Les coefficients de redressement ont été appliqués pour refléter la répartition par secteur éditorial telle qu'elle apparaît dans notre étude sur les maisons d'édition.

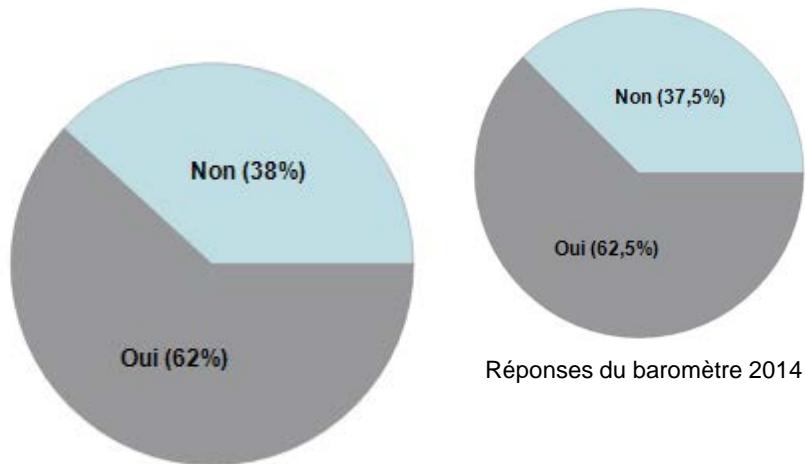
(2) A noter que les données 2014 ont été retraitées sur la base des secteurs éditoriaux déclarés en 2015 lorsqu'ils étaient différents.

2. L'offre de livres numériques

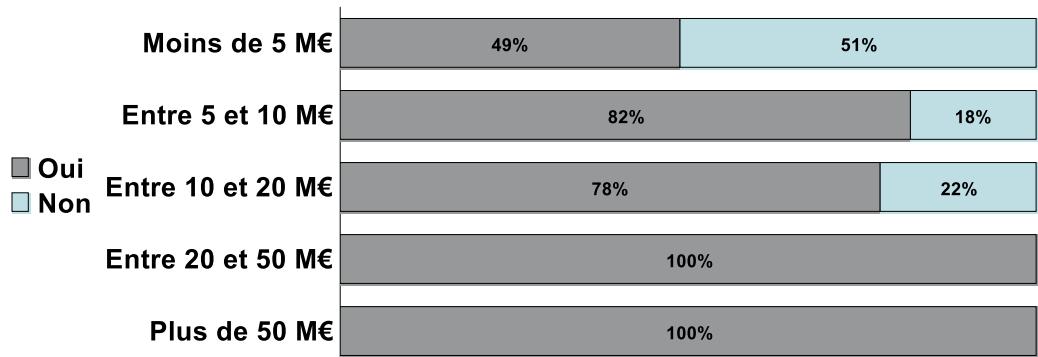




Disposez-vous d'une offre de livres numériques (e-books, applications...) ? Taux de réponse 100%



Répartition des réponses selon le niveau de CA total des éditeurs



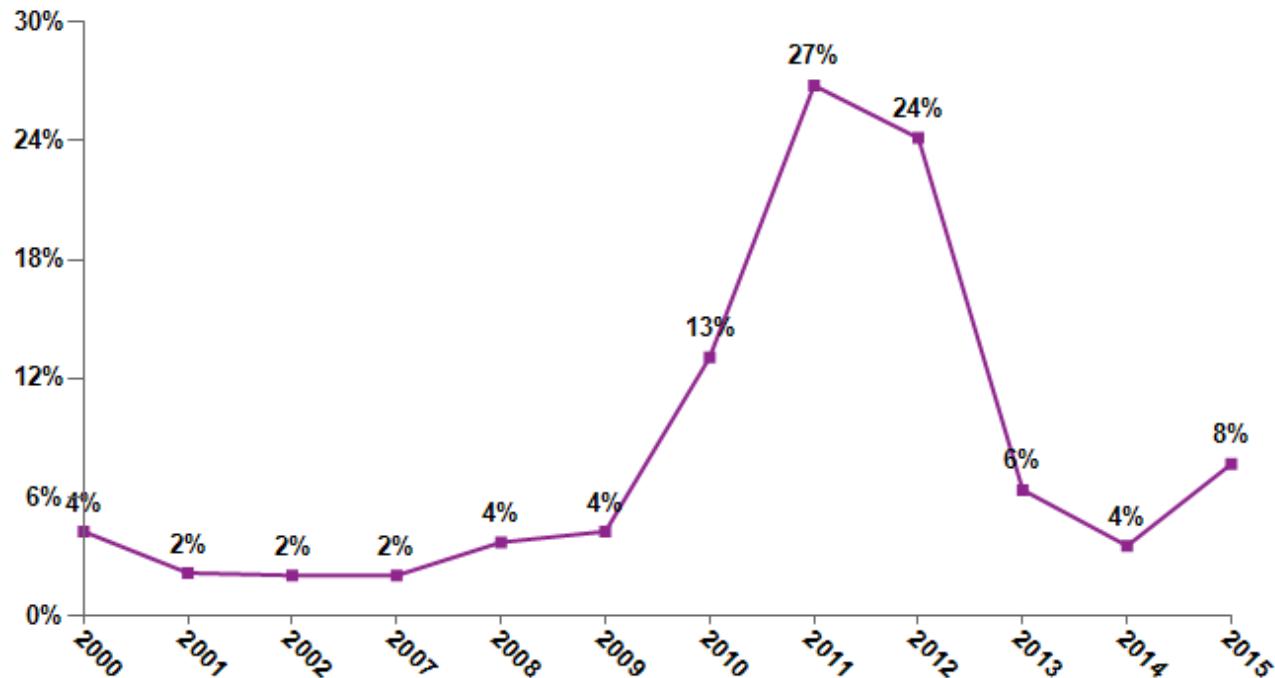
- Alors que toutes les grandes maisons d'édition ont une offre de livres numériques, moins de la moitié seulement des plus petites se sont lancées
- De manière générale, les maisons d'édition qui ne disposaient pas d'offre de livres numériques l'an dernier n'en ont toujours pas développé



Depuis quelle année disposez-vous d'une offre de livres numériques?

Taux de réponse : 100%

% d'éditeurs ayant lancé une offre de livres numériques

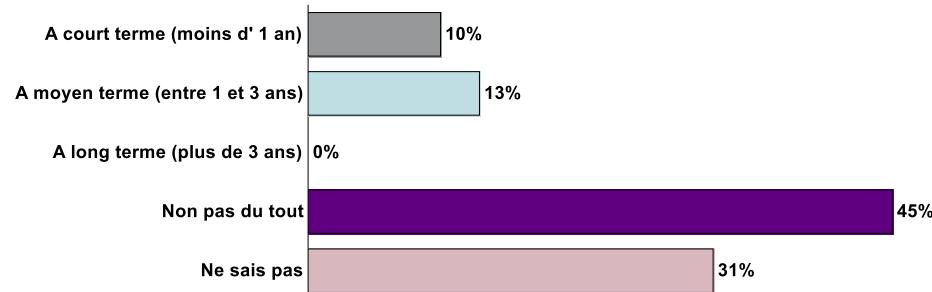


Les lancements d'offres de livres numériques se poursuivent de façon peu massive après les pics de 2011 et 2012

Des positions beaucoup plus tranchées qu'en 2014 de la part des éditeurs : 45% d'entre eux ne veulent plus se lancer



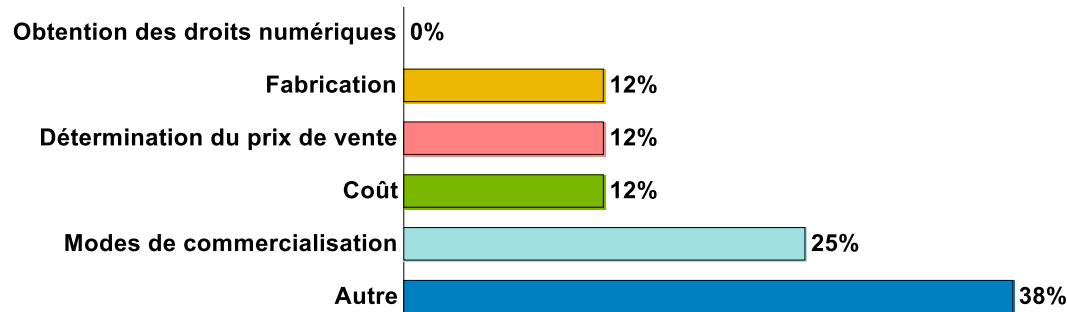
Prévoyez-vous de développer une offre de livres numériques ? Taux de réponse : 100%



- Les projets à long terme ont été différés voire stoppés
- Cependant, les éditeurs qui vont se lancer à court terme n'ont aucune difficulté à surmonter

Les principales difficultés à moyen terme

Taux de réponse : 100%



- L'obtention des droits numériques n'est plus un souci pour les éditeurs qui prévoient de se lancer à moyen terme
- Les principales difficultés concernent la commercialisation et la compréhension du marché

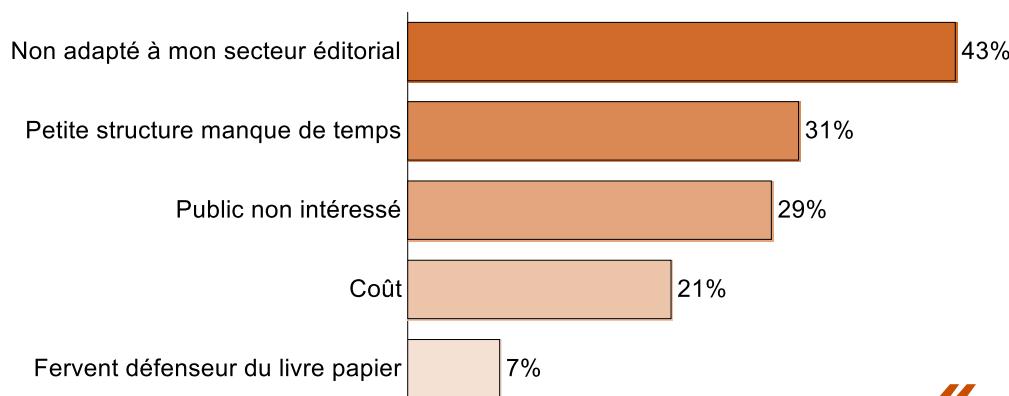


« Bien comprendre le marché du numérique et comment y aller »

Les difficultés techniques n'empêchent plus les éditeurs d'aller vers le numérique : les raisons sont désormais surtout liées au marché

Vous n'envisagez pas du tout d'aller vers le numérique.

Pour quelle (s) raison (s) majeure (s) ? Taux de réponse : 45%



« Nous sommes spécialisés dans la petite enfance, et donc nous développons plutôt des livres manuels. Le numérique ne convient pas à nos lecteurs » *Jeunesse*

« Livres de loisirs créatifs, pas compatibles avec le livre numérique » *Pratiques*

Paroles d'éditeurs...

« Livre objet inadaptable à autre support que le papier » *Beaux livres*

« Nous sommes des fervents défenseurs du livre papier » *Scolaire, sciences et dictionnaires*

« Le livre numérique ne correspond absolument pas aux besoins de notre clientèle » *Pratiques*

« Budget trop élevé du fait des visuels dont les droits de reproduction sont très élevés » *Beaux livres*

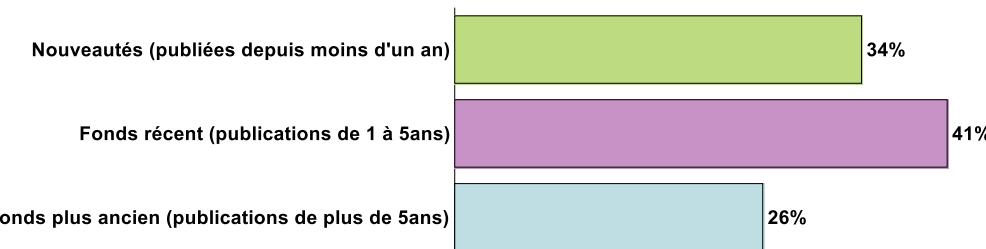
« Petite structure, gros investissement en termes de temps et de finances » *Littérature, essais*

« Ni le temps ni le budget pour » *Pratiques*

1/3 des éditeurs numériques ont plus de la moitié de leur catalogue disponible en numérique

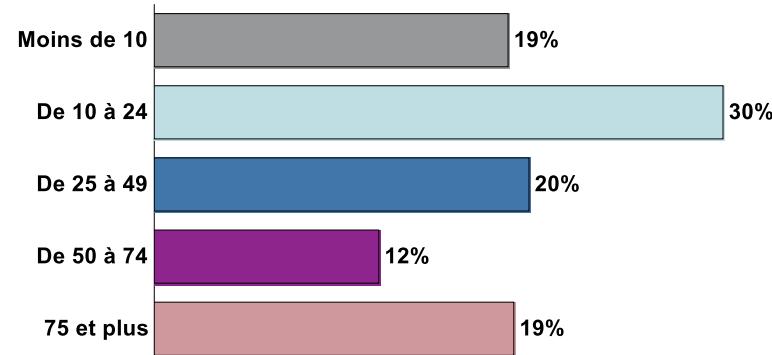


Comment se répartit votre offre de livres numériques au sein de votre catalogue ?



Quelle est la part de votre catalogue disponible en numérique ?

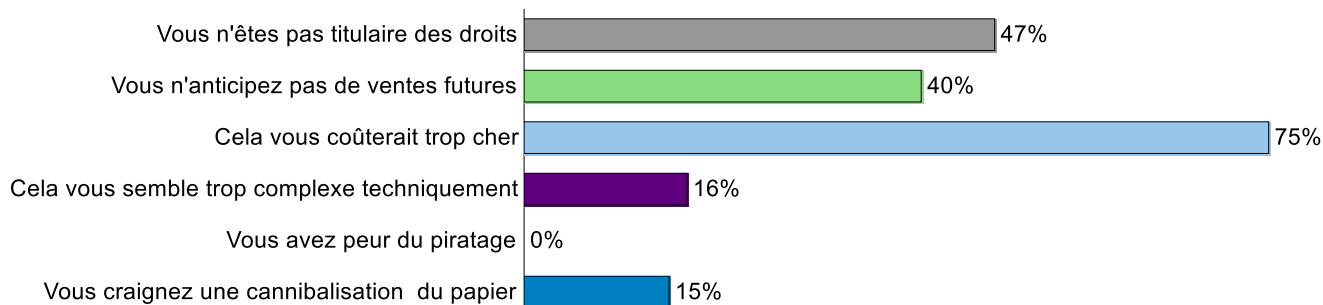
Taux de réponse : 84%



Les anciennes nouveautés déjà existantes en version numérique ainsi que la numérisation des anciens ouvrages enrichissent peu à peu le fonds disponible en numérique

Si votre fonds de catalogue ne contient aucun livre numérique : pour quelle(s) raison(s) majeure(s) ?

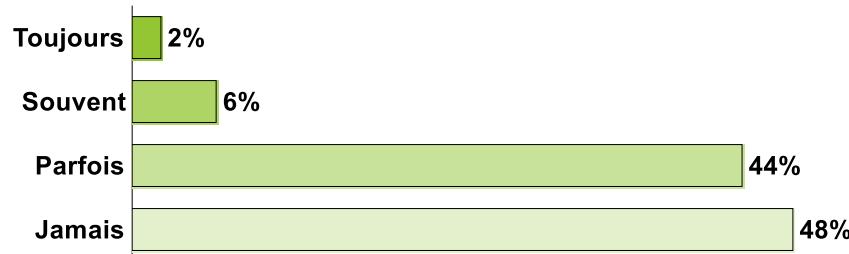
Taux de réponse : 14 %



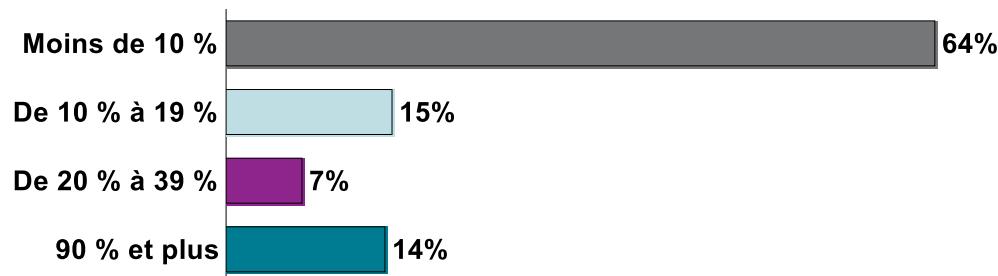
Le coût est de loin la raison majeure qui freine les éditeurs pour numériser leur fonds



Vos livres numériques sont-ils enrichis par rapport aux livres papier ? Taux de réponse : 96%



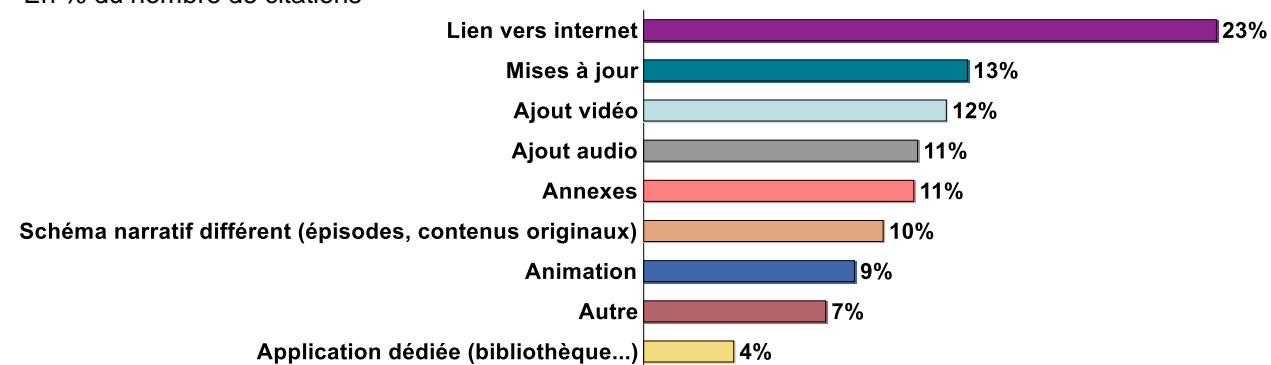
Quelle est la part de vos livres enrichis par rapport aux livres numériques ? Taux de réponse : 80%



De quelle(s) façon(s) enrichissez-vous vos livres numériques ?

Taux de réponse : 96%

En % du nombre de citations

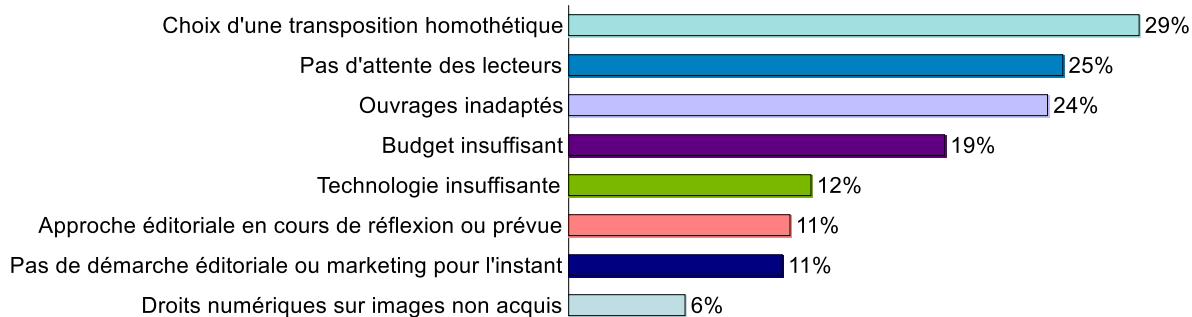


La part des livres enrichis par rapport aux livres numériques est en majorité inférieure à 10%

Les liens vers internet constituent le principal enrichissement des livres numériques



Vous ne réalisez jamais de livres enrichis, pour quelles raisons ? Taux de réponse : 34%



- Près de trois éditeurs sur dix préfèrent publier un livre numérique identique au livre papier
- La moitié reste persuadée que la demande n'est pas au rendez-vous ou que les ouvrages sont inadaptés
- Plus d'un éditeur sur dix n'a pas encore amorcé de réflexion à ce sujet

« Coût, temps éditorial, absence de retour sur investissement » *Littérature, essais*

« Dans un premier temps, nous numérisons notre fonds.
Nous pensons à l'enrichissement pour la suite... »
Littérature, essais

« L'essentiel de nos livres numériques sont des e-pub de romans, donc pour l'instant nous ne voyons pas la nécessité de les augmenter » *Jeunesse*

« Coût trop élevé par rapport à l'utilité dans les thématiques que nous traitons » *Pratiques*

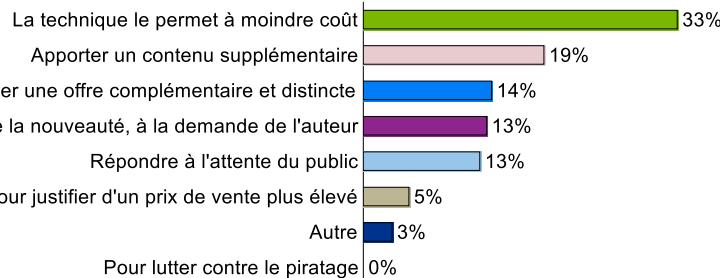


Quelles motivations vous poussent à développer des livres enrichis?

Réponses classées par ordre d'importance de 1 à 3

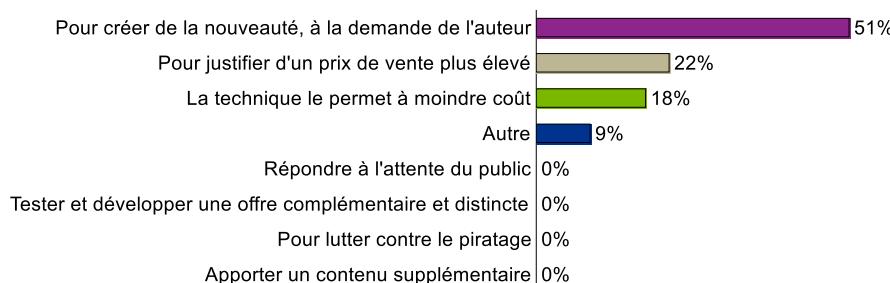
Uniquement les réponses de rang 1

Taux de réponse : 88%



Uniquement les réponses de rang 2

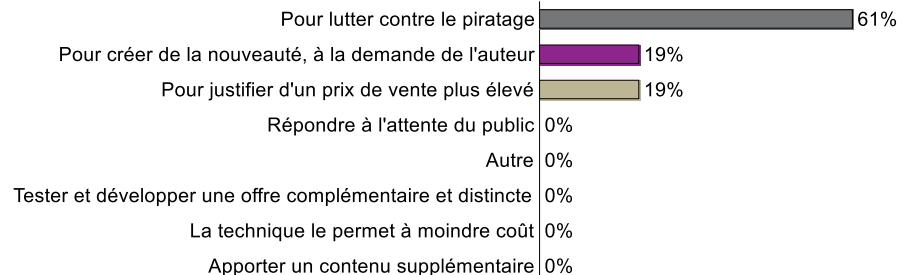
Taux de réponse : 48%



En dehors du moindre coût cité le plus souvent en premier, les éditeurs expriment d'autres motivations visant surtout à la diversification de l'offre et à la satisfaction des lecteurs

Uniquement les réponses de rang 3

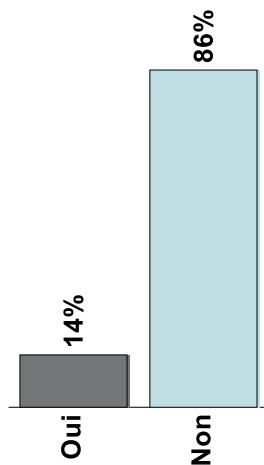
Taux de réponse : 14%



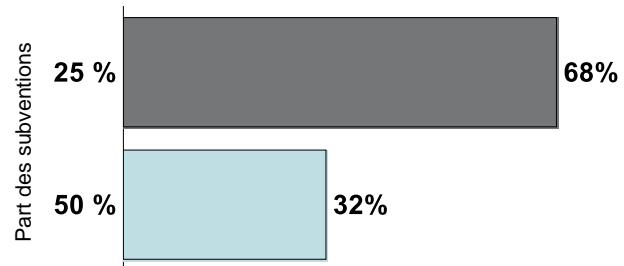
Financement de la réalisation des livres enrichis : peu d'éditeurs bénéficient de subventions



Bénéficiez-vous de subventions pour réaliser ces livres enrichis ? Taux de réponse : 92%



Quelle part représentent-elles par rapport au coût global de création de ces livres ? Taux de réponse : 100%

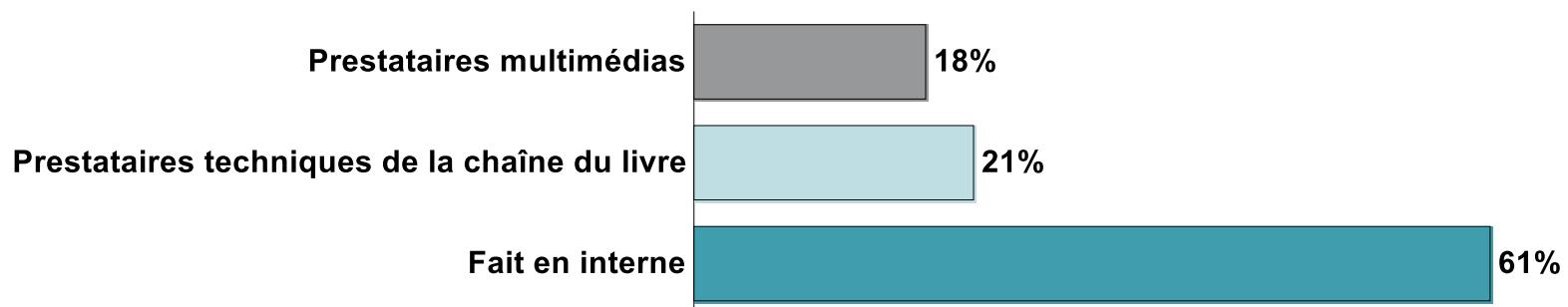


Les éditeurs qui ont bénéficié d'une subvention ont pu diminuer de 25 à 50% leur coût global de création de livres enrichis



A qui confiez-vous le plus souvent la réalisation ou l'enrichissement de vos livres numériques?

Taux de réponse : 88 %

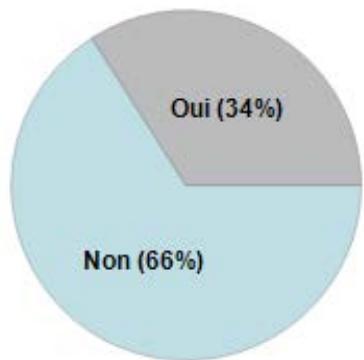


Alors qu'en **2014** la réalisation ou l'enrichissement des livres numériques étaient surtout confiés à des **prestashop techniques de la chaîne du livre**, **désormais** cette prestation est **essentiellement réalisée en interne**



Editez-vous des livres disponibles uniquement en version numérique ?

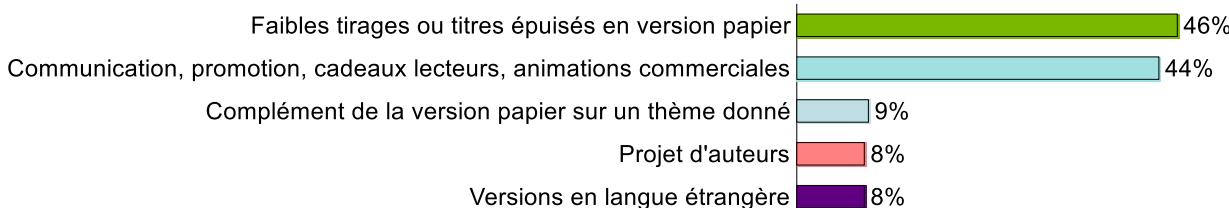
Taux de réponse : 94%



34% des éditeurs numériques éditent des livres disponibles uniquement en version numérique, contre 25%* en 2014

Si oui, pourquoi ?

Taux de réponse : 26 %



Les éditeurs ont recours aux livres exclusivement numériques pour :

- publier des ouvrages trop coûteux en version papier** du fait de leur faible tirage
- mener des opérations de communication et de promotion** en offrant des cadeaux aux lecteurs

*Données 2014 redressées

3. La commercialisation des livres numériques

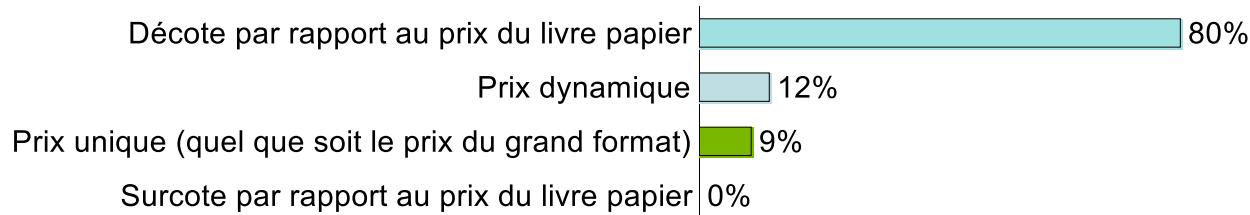


Le prix de vente du livre numérique est principalement calculé en appliquant une décote au prix du livre papier



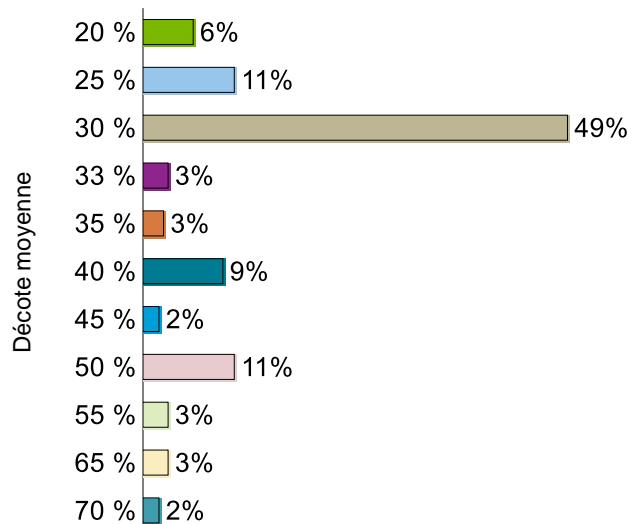
En général, comment fixez-vous le prix de vente de vos livres numériques ?

Taux de réponse : 96%



Quelle est la décote moyenne appliquée ?

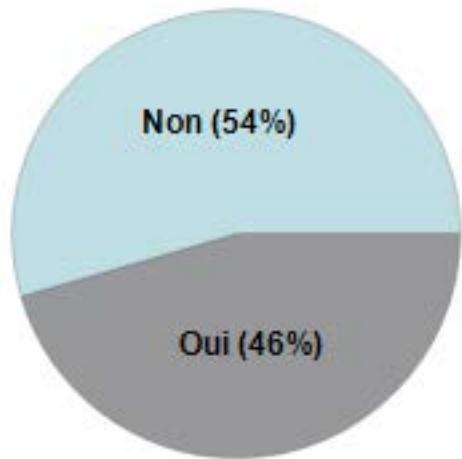
Taux de réponse : 97%



La décote moyenne appliquée par la moitié des éditeurs numériques est de 30%

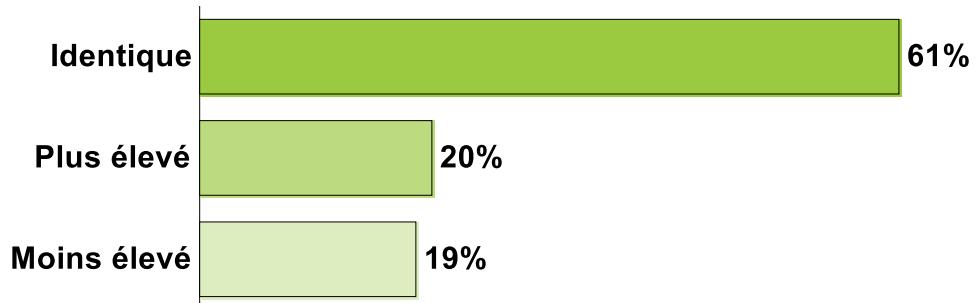


Révisez-vous votre prix au moment de la sortie en livre de poche ? Taux de réponse : 69%



Par rapport au livre de poche, ce prix est-il ?

Taux de réponse : 100%, *parmi ceux qui révisent leur prix au moment de la sortie en livre de poche*



Lorsqu'ils révisent leurs prix, les éditeurs alignent le plus souvent le prix du livre numérique sur celui du poche

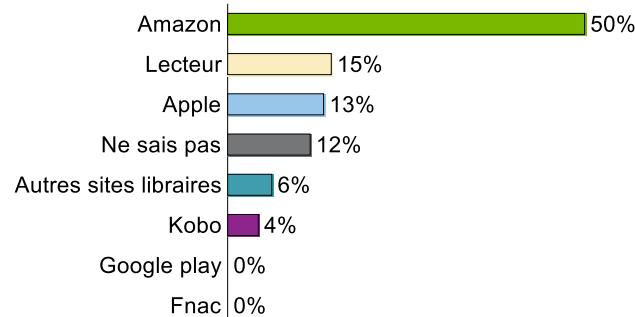
Principaux clients de livres numériques :

1. Amazon ; 2. Apple ; 3. Kobo



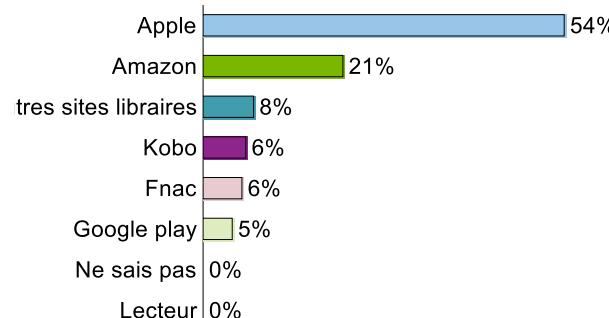
Quels sont vos 3 principaux clients de livres numériques* ?

Taux de réponse : 96% réponses de rang 1



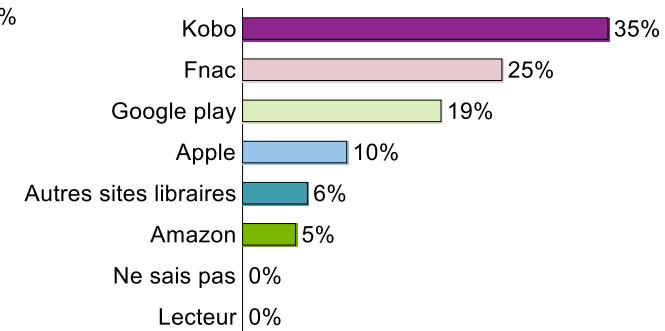
Réponses de rang 1

Taux de réponse : 96%



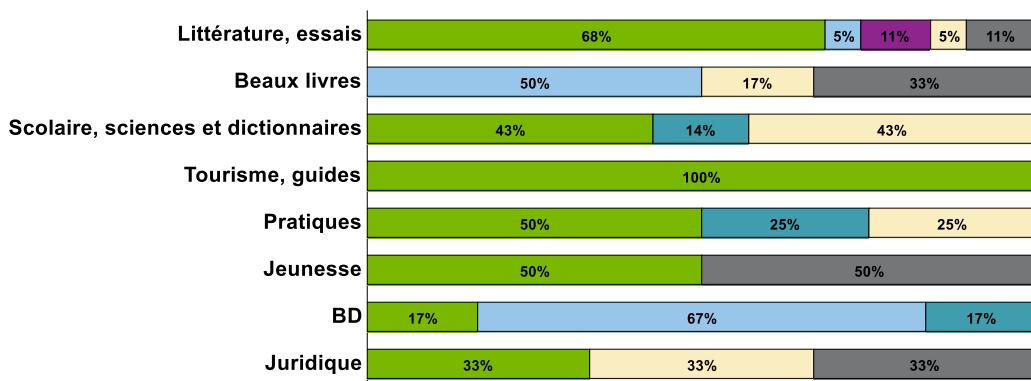
Réponses de rang 2

Taux de réponse : 65%



Réponses de rang 3

Taux de réponse 60%



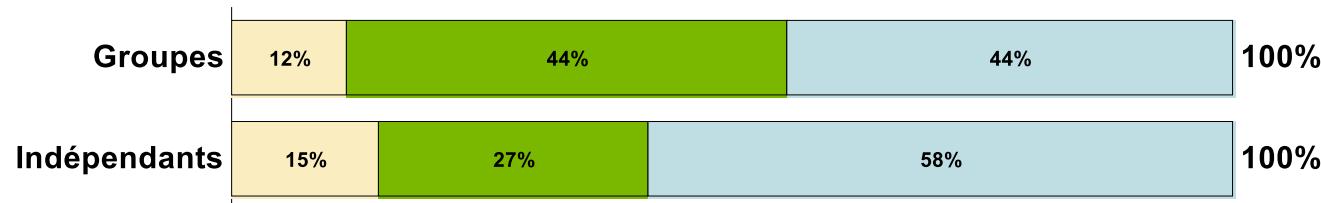
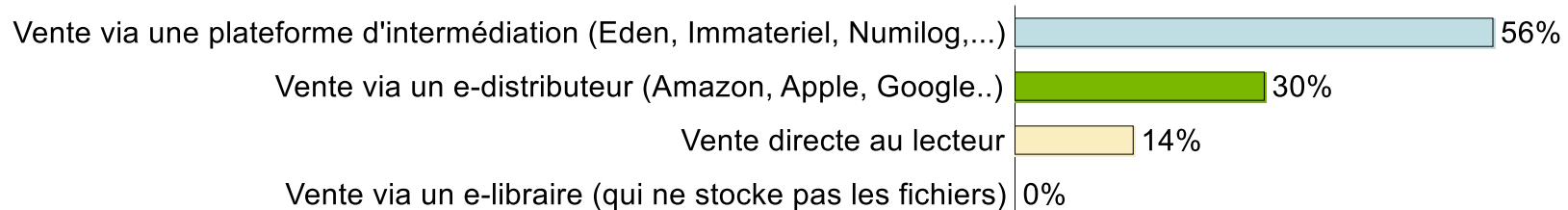
Réponses de rang 1 par secteur éditorial

* En % sur les citations



Quel est votre schéma d'e-distribution privilégié (réponses de rang 1)* ?

Taux de réponse : 96%



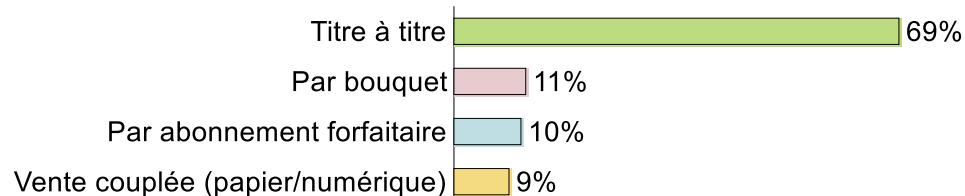
Les indépendants préfèrent passer par une plateforme d'intermédiation tandis que les groupes vendent indifféremment via une plateforme ou un e-distributeur. Dans une moindre mesure, groupes et indépendants vendent directement au lecteur

* En % du nombre de citations

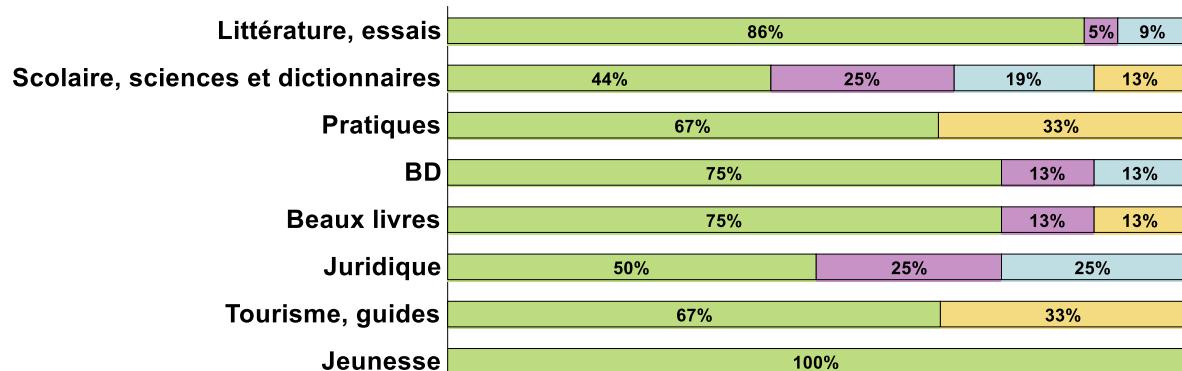
Le « titre à titre » est toujours le mode de commercialisation le plus utilisé pour les livres numériques



Quels modes de commercialisation de vos livres numériques avez-vous mis en œuvre à ce jour* ? Taux de réponse : 96%

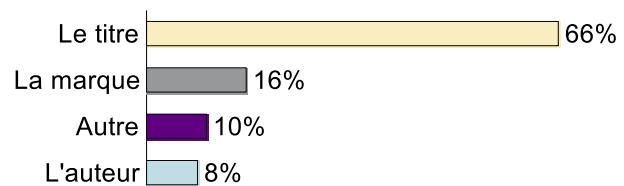


* En % du nombre de citations



Modes de commercialisation par secteur éditorial

Votre promotion porte-t-elle plutôt sur : Taux de réponse : 79%



A côté du « titre à titre » pratiqué en majorité par tous les éditeurs, d'autres modes de commercialisation ont été mis en œuvre selon les secteurs éditoriaux :

- **Tourisme, guides, Pratiques, Scolaires et Beaux Livres** appliquent aussi la **vente couplée**
- **Juridique, Scolaire, BD, Beaux Livres et Littérature** ont recours à la **vente par bouquet**
- **Juridique, Scolaire, BD, et Littérature** utilisent également l'**abonnement forfaitaire**

La commercialisation des livres numériques permet avant tout aux éditeurs d'atteindre d'un public différent

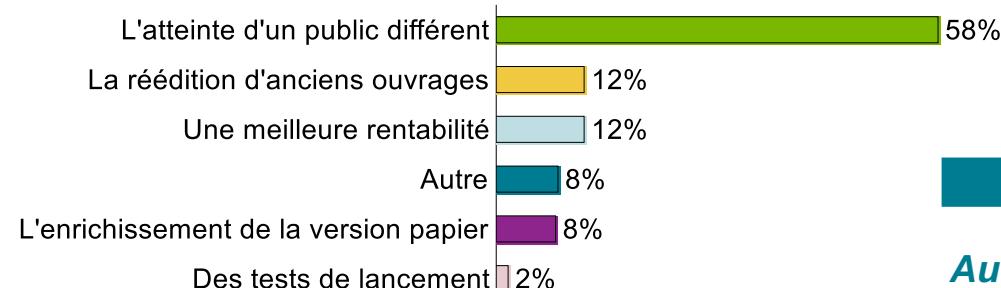


La commercialisation de vos livres numériques vous permet-elle :

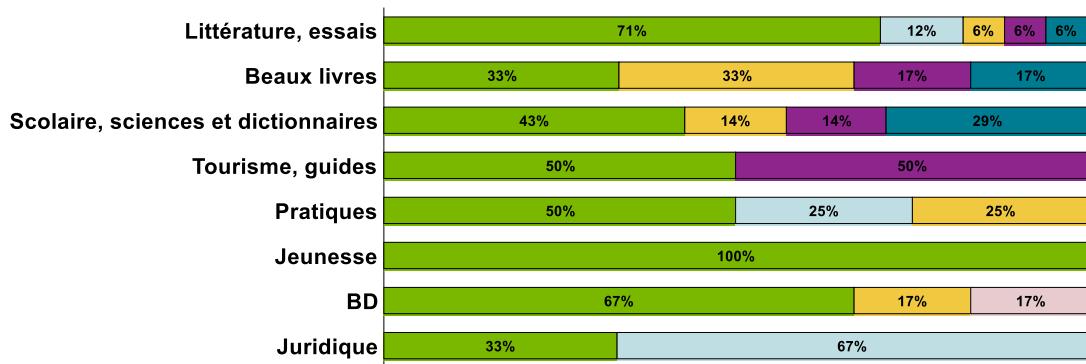
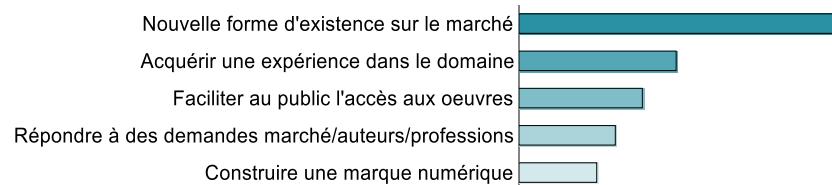
Classez par ordre d'importance de 1 (le plus important) à 3

Taux de réponse : 92 %

Réponses de rang 1



En % du nombre de citations



Réponses de rang 1 par secteur éditorial

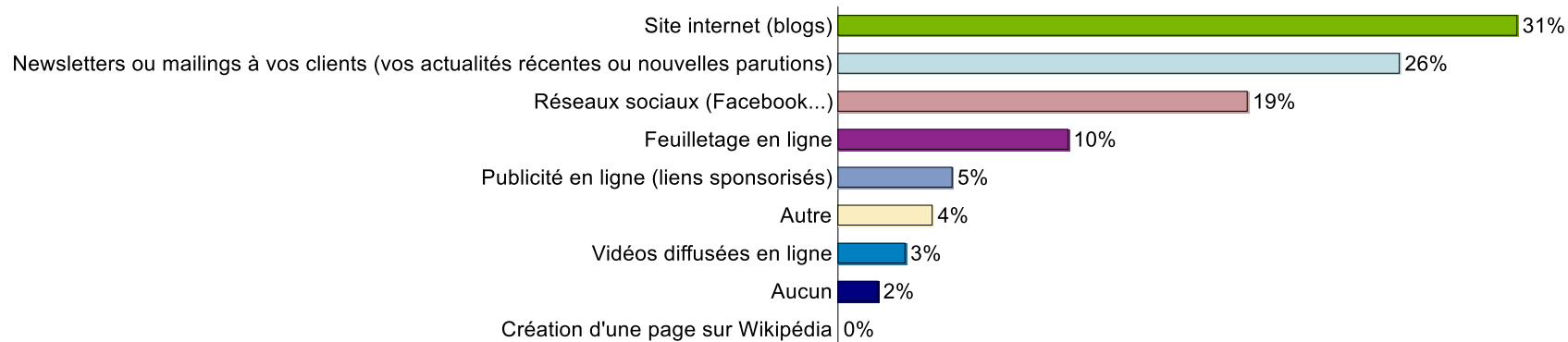
En plus d'atteindre un public différent, la commercialisation des livres numériques permet :

- Pour le secteur des Beaux livres, Pratiques et BD, **la réédition d'anciens ouvrages**.
- Pour les secteurs Tourisme, guides, Scolaire et Beaux Livres l'enrichissement de **la version papier**



Quels sont les moyens que vous utilisez pour faire la promotion de vos livres numériques ?

Taux de réponse : 90%



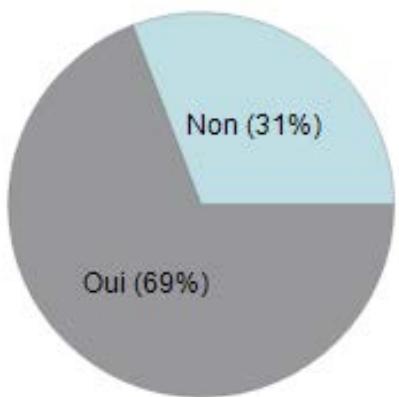
Le recours au feuilletage en ligne (19,5% en 2014 contre 10% en 2015) se réduit sensiblement au profit des sites internet, des newsletters et des réseaux sociaux

4. Les techniques mises en place



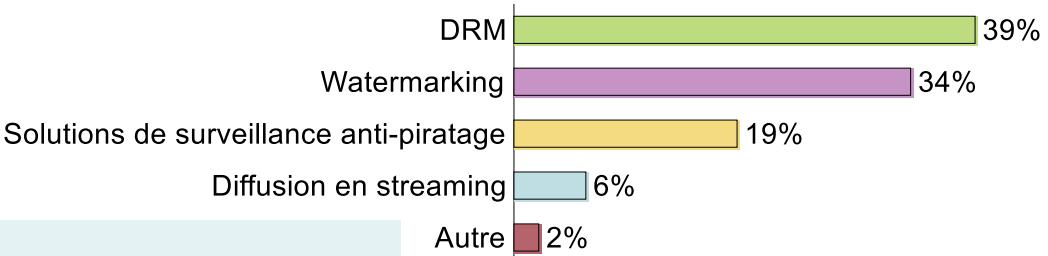


Avez-vous opté pour une ou plusieurs solutions de lutte contre le piratage ? Taux de réponse : 94%



- Les éditeurs optent moins souvent qu'en 2014 pour des solutions de lutte contre le piratage (69% contre 71% en 2014)
- Les solutions de surveillance sont plus fréquemment utilisées (19% en 2015 contre 13,5%* en 2014) et tendent à remplacer les DRM qui restent néanmoins les plus répandus (39% en 2015 contre 43%)

Lesquelles* ? Taux de réponse 100%



*En % sur les citations

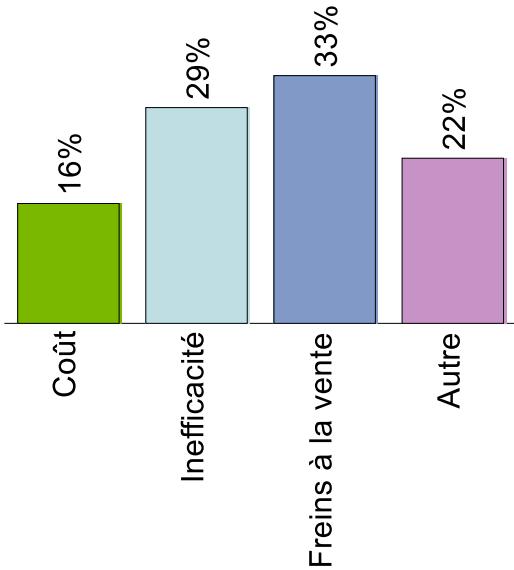
Alors que les petites maisons d'édition utilisent majoritairement le watermarking, celles qui réalisent un CA entre 5 et 20 M€ ont plutôt recours aux DRM. Enfin, les plus grosses maisons utilisent toutes sortes de solutions

*Données 2014 redressées



Vous n'avez opté pour aucune solution de lutte contre le piratage.

Pour quelle(s) raison(s) ? Taux de réponse : 94%



- **Les freins à la vente** sont la raison principale donnée (33% en 2015 contre 15%* en 2014)
- **L'inefficacité des solutions de lutte contre le piratage** n'est plus citée qu'à 29% contre 34%* en 2014
- **Le coût** est évoqué par 16% des éditeurs contre 9%* l'an dernier



Autres raisons citées :

« Inutilité » *Littérature, essais*

« Par militantisme » *Littérature, essais*

« Peu de risque » *Juridique*

« Trop peu de livres numériques. » *Beaux livres*

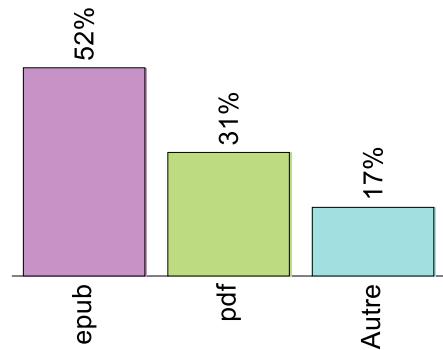
*Données 2014 redressées

Les formats les plus utilisés restent l'EPUB puis le PDF



Sous quel(s) format(s) vendez-vous vos livres numériques ?

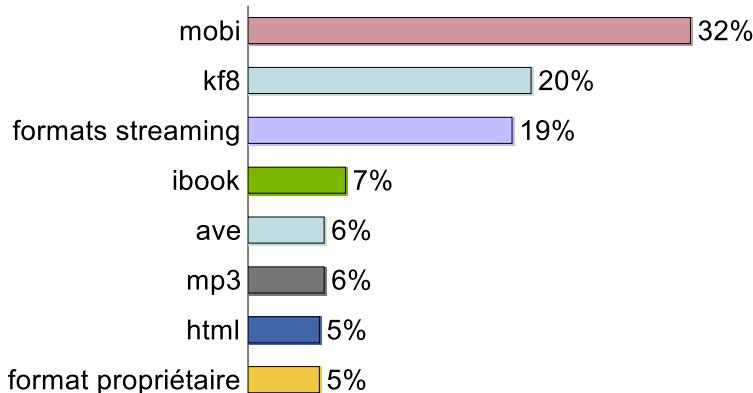
Taux de réponse : 96%



En % sur les citations

Les éditeurs sont conduits à utiliser de nombreux types de format pour leurs fichiers numériques

Autres types de formats :



Formats utilisés selon les secteurs éditoriaux

- La Jeunesse et la BD sont les deux secteurs qui utilisent le plus le format epub
- Les secteurs Pratiques et Scolaire, sciences et dictionnaires semblent préférer le format pdf

5. Les aspects chiffrés : ventes de livres numériques

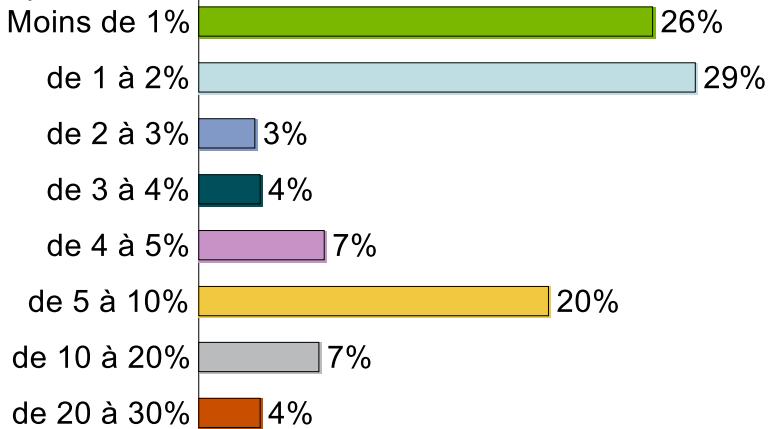


Pour plus de 30% des éditeurs, les ventes numériques représentent plus de 5% de leur CA



Quelle est la part de votre CA numérique par rapport à votre CA total ?

Taux de réponse : 60%

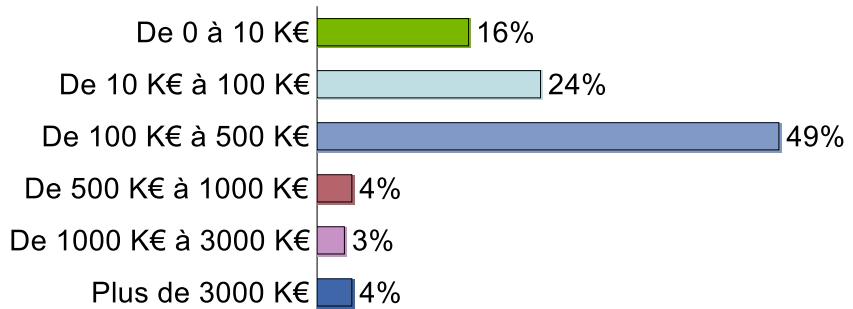


- Les ventes numériques sont marginales pour une majorité d'éditeurs, tandis qu'elles dépassent 10% du CA pour plus d'un éditeur sur 10
- Elles se situent entre 100 K€ et 500 K€ en PPHT pour près de la moitié des éditeurs

Quel est le montant annuel de vos ventes de livres numériques ?

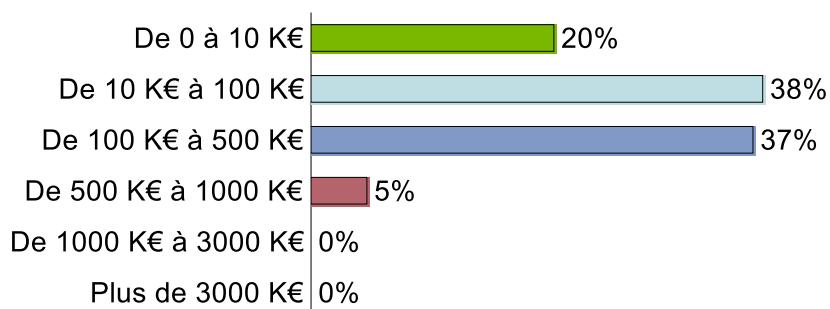
En PPHT (K€)

Taux de réponse : 36%



En CA net éditeur (K€)

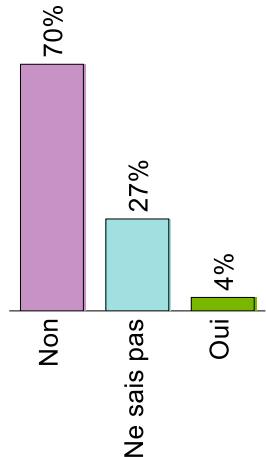
Taux de réponse : 45%



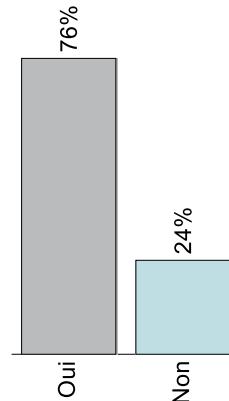
Les éditeurs sont de plus en plus attentifs à l'évolution de leur activité numérique



Comptabilisez-vous vos ventes de livres numériques en prestations de services ? Taux de réponse : 87%

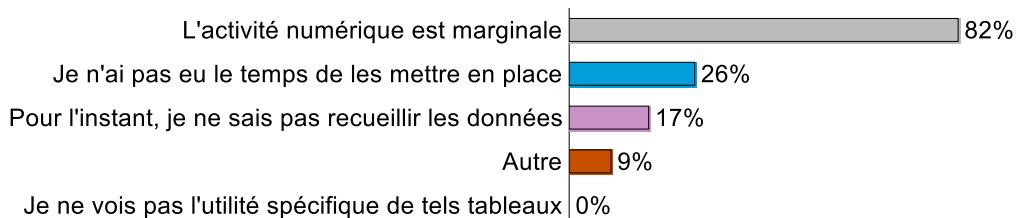


Disposez-vous de tableaux de gestion spécifiques à l'activité numérique ? Taux de réponse : 96%



Vous n'avez pas de tableaux de gestion spécifiques à l'activité numérique; pourquoi ?

Taux de réponse : 100%



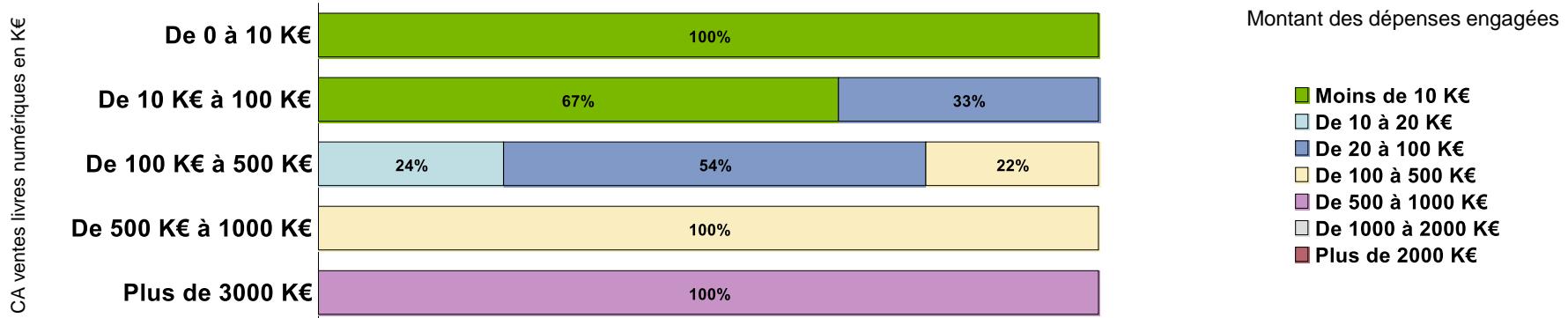
Tableaux de gestion spécifiques à l'activité numérique en fonction de la taille des maisons d'édition





Quel est le montant des dépenses que vous avez engagées jusqu'à présent pour le développement de votre offre numérique (numérisation, recherche et développement...) ?

Taux de réponse : 29%



Les ventes de livres numériques sont étroitement liées aux dépenses engagées pour le développement de l'offre :

- Lorsque les dépenses ne dépassent pas 10 K€, les ventes n'excèdent pas non plus ce seuil
- Lorsque les dépenses se situent entre 500 K€ et 1000 K€, les ventes dépassent les 3 M€

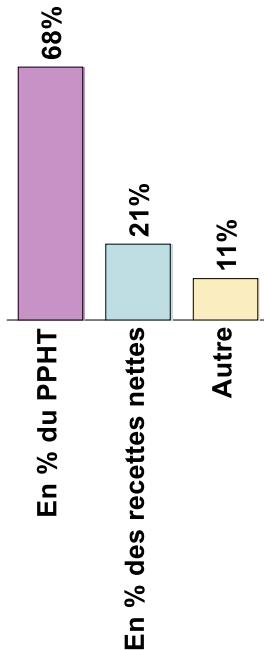
6. Les contrats numériques





Comment négociez-vous les droits numériques ?

Taux de réponse : 83%



- La rémunération de l'auteur en % du PPHT reste la plus fréquemment utilisée à 68% contre 76% en 2014
- Celle en pourcentage des recettes nettes s'élève à 21% en 2015 contre 15% en 2014

Pour les nouveautés, négociez-vous systématiquement les droits numériques en même temps que les droits papier ? Taux de réponse : 93%



Paroles d'éditeurs ...

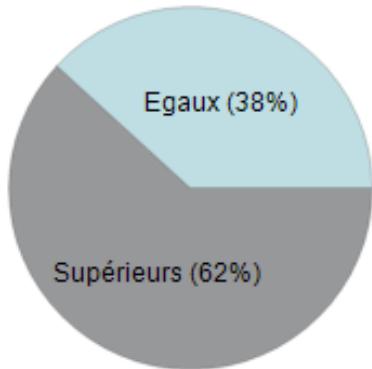
« En fonction des contrats soit sur PPHT soit sur recettes nettes » *Littérature, essais*

« Les deux. Pour les auteurs français en % du PPHT, pour les auteurs étrangers en % des recettes nettes » *Littérature, essais*



De façon générale, ces droits d'auteurs sont-ils égaux ou supérieurs par rapport à ceux du papier ?

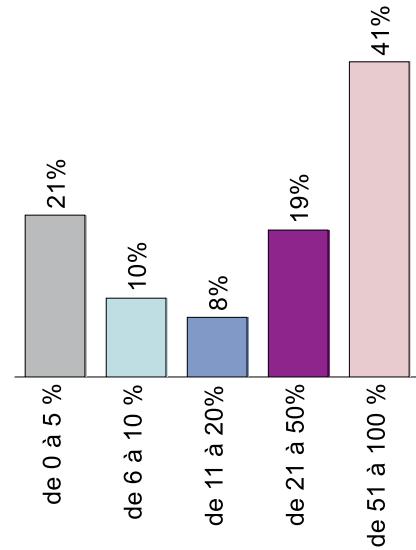
Taux de réponse : 97%, cette réponse ne concerne que ceux qui ont répondu : « en % du PPHT »



- La tendance est à la négociation de droits supérieurs à ceux du papier.
- Néanmoins, si en 2014 81%* des éditeurs déclaraient négocier des droits numériques supérieurs de 50% à ceux du papier, en 2015, ils ne sont plus que 41% dans ce cas.

Dans quelle proportion ces droits d'auteurs sont supérieurs ?

Taux de réponse : 13%

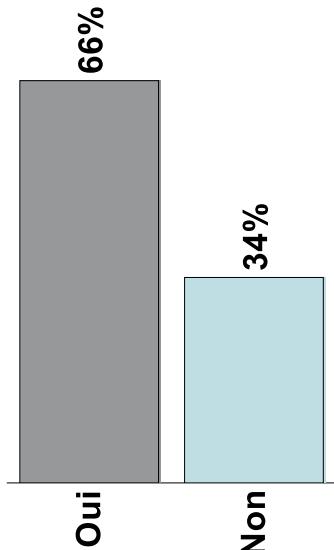


* Données 2014 après redressement

La majorité des éditeurs prévoient une clause de réexamen avant le terme de 4 ans obligatoire

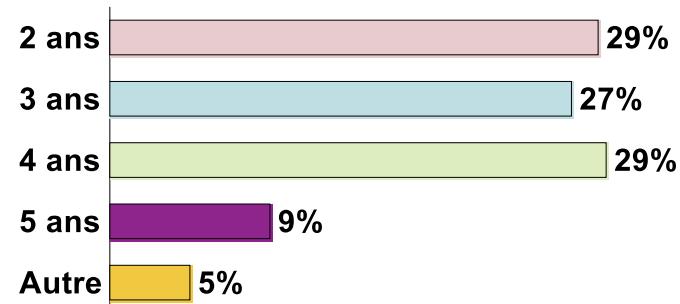


Avez-vous prévu une clause de réexamen dans vos contrats des droits numériques ? Taux de réponse : 79%



A quelle échéance ?

Taux de réponse 85%



- Près d'un tiers des éditeurs prévoient une échéance de quatre ans, conformément aux nouvelles dispositions légales
- 56% prévoient une clause de réexamen à deux ou trois ans

7. L'opinion des éditeurs

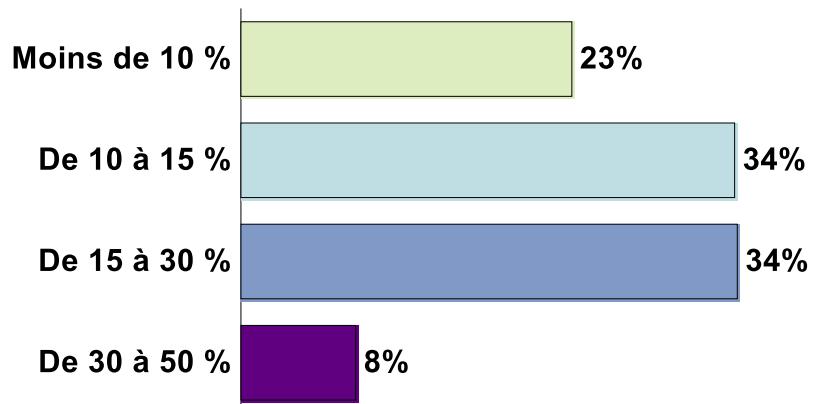




A votre avis, quelle sera la part de marché du livre numérique en France à l'horizon 2020 ?

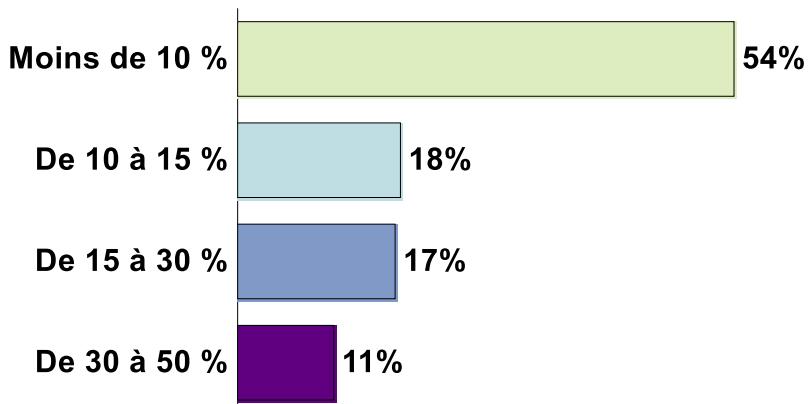
Réponses des éditeurs disposant d'une offre de livres numériques

Taux de réponse : 81%



Réponses des éditeurs exclusivement papier

Taux de réponse : 56%



- Si en 2014, la majorité des éditeurs prévoient une part de marché de plus de 15% à l'horizon 2020, ils ne sont plus que 38% en 2015
- Cette année les éditeurs numériques sont plus optimistes sur l'évolution de la part de marché du livre numérique que les éditeurs papier

8. KPMG en un regard





Dans les domaines de l'Audit, du Conseil et de l'Expertise Comptable, les professionnels KPMG interviennent auprès des **sociétés cotées et groupes internationaux**, des **ETI** et **groupes familiaux**, des **TPE** et dans différents secteurs de l'industrie, du commerce et des services financiers.



Leader
en France de l'audit
et du conseil

8 200
professionnels,
238
implantations

906
millions d'euros
de chiffre d'affaires
en 2014



Avec 238 implantations réparties sur le territoire, KPMG offre l'ensemble des avantages attachés à un cabinet de proximité et en particulier une bonne connaissance du tissu économique local.



Au sein de KPMG, une équipe pluridisciplinaire de consultants est dédiée au secteur de l'édition. Sur le marché national, notre cabinet occupe aujourd'hui une position reconnue par les professionnels.

En tant qu'expert-comptable ou commissaire aux comptes, nous sommes présents chez de nombreux groupes d'édition et régulièrement consultés par eux.

Notre ambition est de participer à la réflexion sur l'évolution de la profession, au-delà de la simple culture financière.

Notre champ d'action couvre l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre, de la librairie à la diffusion et à la distribution.

La richesse d'expérience de nos consultants tient dans la diversité de leurs implications et missions touchant aussi bien la grande que la petite maison d'édition.

L'ensemble de l'équipe reste à votre disposition.

Ce baromètre a été réalisé par quelques membres de l'équipe de KPMG dédiée au secteur de l'édition, dirigée par Joëlle Tubiana, Associée, avec la collaboration de Nicolas Beaudouin, Associé, et de Béatrice Muniz, Chargée de Marketing et Communication.



Contact

Béatrice Muniz

bmuniz@kpmg.fr

kpmg.fr

© 2015 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG, le logo et « cutting through complexity » sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France – Crédit photos : Shutterstock - GettyImages

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est une société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes à directoire et conseil de surveillance au capital social de 5 497 100 euros. 775 726 417 RCS Nanterre. Siège social : Immeuble Le Palatin, 3 cours du Triangle, 92939 Paris La Défense Cedex. KPMG S.A. est membre du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative (« KPMG International »), une entité de droit suisse. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets